

山梨県大泉高原におけるペンション地域の形成と地域社会

大 竹 裕

I はじめに

わが国では1960年代以降、急速な高度経済成長により観光需要が著しく増大した。その結果、観光の大衆化が進み、いわゆる「マス・ツーリズム」の時代が到来した。観光の需要増大のみならず、観光客の指向も多様化し、ホテル・旅館・民宿・ロッジなどのさまざまな宿泊施設が日本各地の観光地に多く立地するようになった。

そのような時代背景の中で、1970年、群馬県草津温泉に日本で初めてペンションと呼ばれる新しい形態の宿泊施設が誕生した。日本のペンションは従来の宿泊施設とは異なった「清潔さ」と「低廉さ」を兼ねあわせた施設で、「ホテル形式で民宿風のサービスを提供する宿泊施設」とされる(市川, 1981)。1980年には全国で約650戸のペンションが経営されるまでに成長した。ペンションは当時の若者を中心に一種のブームとなり、ペンションに宿泊すること自体が観光の目的と化した。1980年代には清里高原のペンションが女性向けの雑誌に頻繁に紹介され、清里高原から八ヶ岳南麓一帯、さらには全国へと、若い女性を中心とした「ペンションブーム」が起こった。

本来ペンションとは、スイス、オーストリア、フランスおよびイタリアなどのヨーロッパ・アルプス地方を中心にヨーロッパ各地に存在する、食事付きの簡易な宿泊施設を指す。当初は仕事を退職した人が恩給で建てた下宿屋という意味であり、後に長期滞在用の宿泊施設として広く一般に浸透していった(中小企業情報センター, 1979, p. 3)。つまり、本来のペンションとは、年金生活者が生活を補うため、あるいは旅行者との交流を主たる目的として副業的に経営する宿泊施設のことを指すのである。しかし、日本において流行した「ペンション」と呼ばれる宿泊施設は、ヨーロッパの「ペンション」とは異なった、日本独特の形態を有した宿泊施設といえる。

ペンションがブームになったことで、日本の観

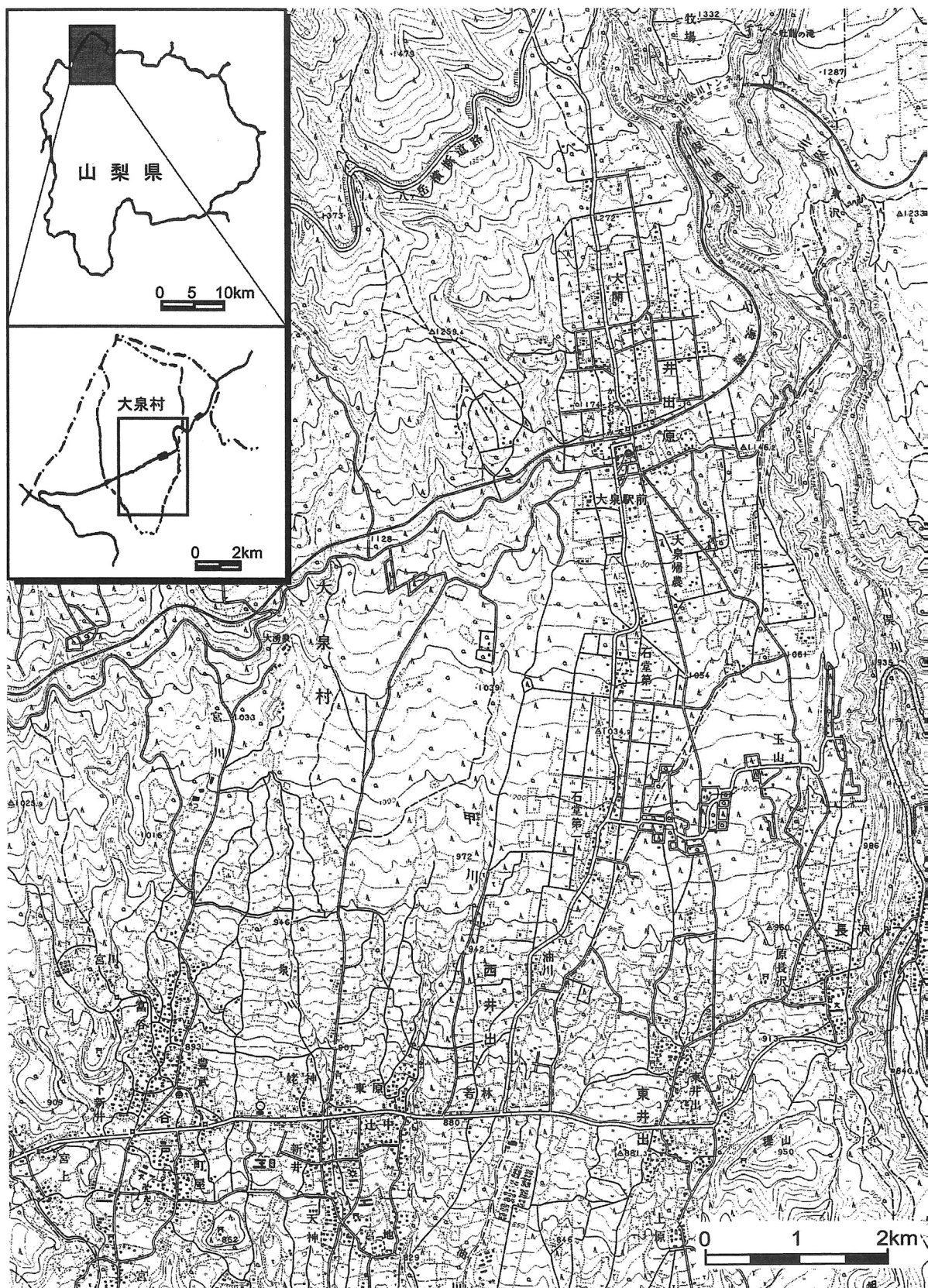
光地、とりわけ高原観光地においてペンションが数多く立地するようになった一方、1980年代以降、一部の地域で供給過剰や他の宿泊施設との競合が生じ、廃業するペンションが相次いだ。各ペンションは従来のペンションとの差別化をはかり、生き残りを賭けた経営戦略を迫られるようになった。

このような動きの中で、ペンションは今後どのように展開していくのだろうか。山村(1995)が指摘したように、清里高原や大泉高原をはじめとした八ヶ岳南麓には局地的かつ特異なペンション集積地域が形成されており、他の高原観光地と比しても特徴的であると考えられる。しかし、隣接する清里高原においては池・木下(1989)らの実証的な研究が見られる一方で、八ヶ岳南麓では清里高原に次ぐ数のペンションを抱えながらも、観光地として発展途上の段階にあるためか、この地域のペンションの立地については明らかにされていない。本稿では山梨県大泉高原を事例に、ペンションブーム終焉後のペンション経営の実態とペンションオーナーの家族と地域社会との関係について、その実情を明らかにしていきたい。

II 研究対象地域の概観

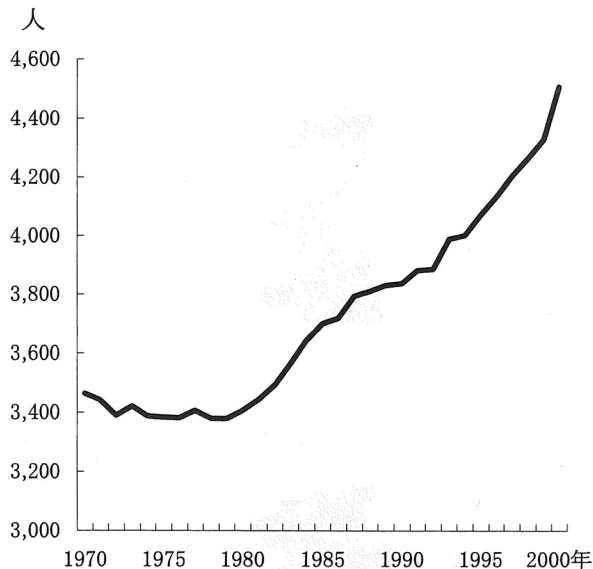
大泉高原(第1図)は山梨県北西部に位置し、八ヶ岳南麓に広がる火山性乏水地で、標高800~1,300mにおよぶ高原である。行政上は山梨県北巨摩郡大泉村に属し、東は高原観光地として有名な清里高原(北巨摩郡高根町清里)と接しており、川俣川の深い溪谷がその間を隔てている。大泉高原という名称は比較的新しく、隣接する清里高原にならってつけられた名称である。本稿では大泉高原の範囲を大泉村全域と定義する。

清里高原は米国人宣教師ポール・ラッシュの指導のもと、戦後開拓が行なわれ、全国でも有数の酪農地域となった。しかし、酪農の不振から「牧歌的風景」を売り物にした牧場民宿が登場しはじ



第1図 大泉高原

出典：2万5千分の1地形図『谷戸』図幅（昭和50年測図）より作成。



第2図 大泉村における総人口の推移
出典：当該年次『住民基本台帳』により作成。

め、次第に酪農から観光業への転換が進み、やがてペンションが立地するようになった（森川・矢ヶ崎, 1993）。このような生業の変化の背景には労働力の競合、政策の転換、観光需要の増大などがある。大泉における別荘地およびペンションの進出に伴う開発は、隣接する清里の影響を受けて1980年頃から見られるようになった。これらの開発は、観光客を誘致するというよりはむしろ、別荘や中長期居住者（定年退職後に居住する人を指す）を誘致する傾向の強いものであった。つまり清里高原のようにアトラクション（観光誘致施設）が建設されることはなかった。こうして大泉高原では大規模な観光開発がなされないままペンションの立地が進んでいった経緯があり、清里高原の開発過程とは大きく異なっている。

大泉村は1970年代まで一農村に過ぎず、1980

年前後まで人口は停滞ないし減少していた（第2図）。1979年には村制施行以来最少の3,380人にまで落ち込んだが、1999年には4,329人と、20年間で1,000人近く増加した。大泉村の2000年における産業構成は、第一次産業従事者が約20%、第二次産業従事者が26%、第三次産業従事者が54%となっている。1980年と比較すると、第一次産業従事者の割合が減って、第三次産業従事者の数が増えている（第1表）。年齢構成では1985年以降、ペンションオーナーの世代とその子供と思われる層が徐々に増加し、1995年には40代後半の人口が357人と村の総人口の9%を占めるに至った（第3図）。一方、20代の人口が減少しているが、これは中学校を卒業した子供が村外に流出している現状を表している。

Ⅲ 大泉高原におけるペンション経営

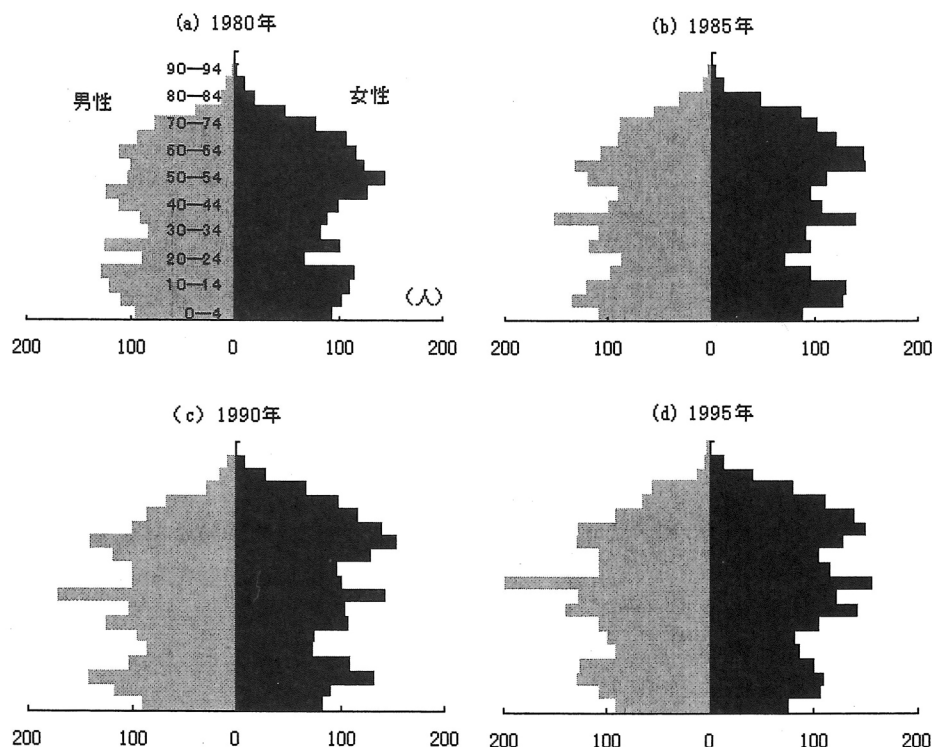
なぜ大泉高原では八ヶ岳南麓において清里高原に次ぐペンションを抱えるに至ったのか。ペンションはどのような過程で立地展開していったのだろうか。本章ではアンケート調査で得たデータを用いて、大泉高原におけるペンションの展開とその特徴について詳細に検討したい。

調査方法は、2000年9月の時点で大泉高原において営業が確認されたペンション72軒すべてに対しアンケート票を配布し、回収に際して可能な限り聞き取りを行うことにした。そのうち有効な回答が得られたのは36軒で、うち16軒に対して聞き取りを行なった。アンケートでは「開業年」、「収容人員」、「雇用状況」、「年間売上高」、「オーナーの経歴」、「ペンションの設備・用具」、「オーナーのペンション像」、「経営継続意思」、「サービス」、「経営上の問題点」、「オーナーの年齢」、「経営方針」

第1表 大泉村における産業別就業者数の推移

	1980年	1985年	1990年	1995年	2000年
第一次産業	740 (39.2)	648 (30.9)	458 (22.7)	426 (19.5)	432 (19.4)
第二次産業	487 (25.8)	605 (28.9)	656 (32.5)	636 (29.1)	582 (26.2)
第三次産業	657 (34.8)	839 (40.0)	907 (44.9)	1118 (51.2)	1209 (54.4)
分類不能	4 (0.2)	5 (0.2)	0 (0.0)	2 (0.1)	0 (0.0)
総計 (%)	1888 (100.0)	2097 (100.0)	2021 (100.0)	2182 (100.0)	2182 (100.0)

出典：当該年次『国勢調査報告』により作成。



第3図 大泉村における年齢別人口構成の推移

出典：当該年次『国勢調査報告』より作成。

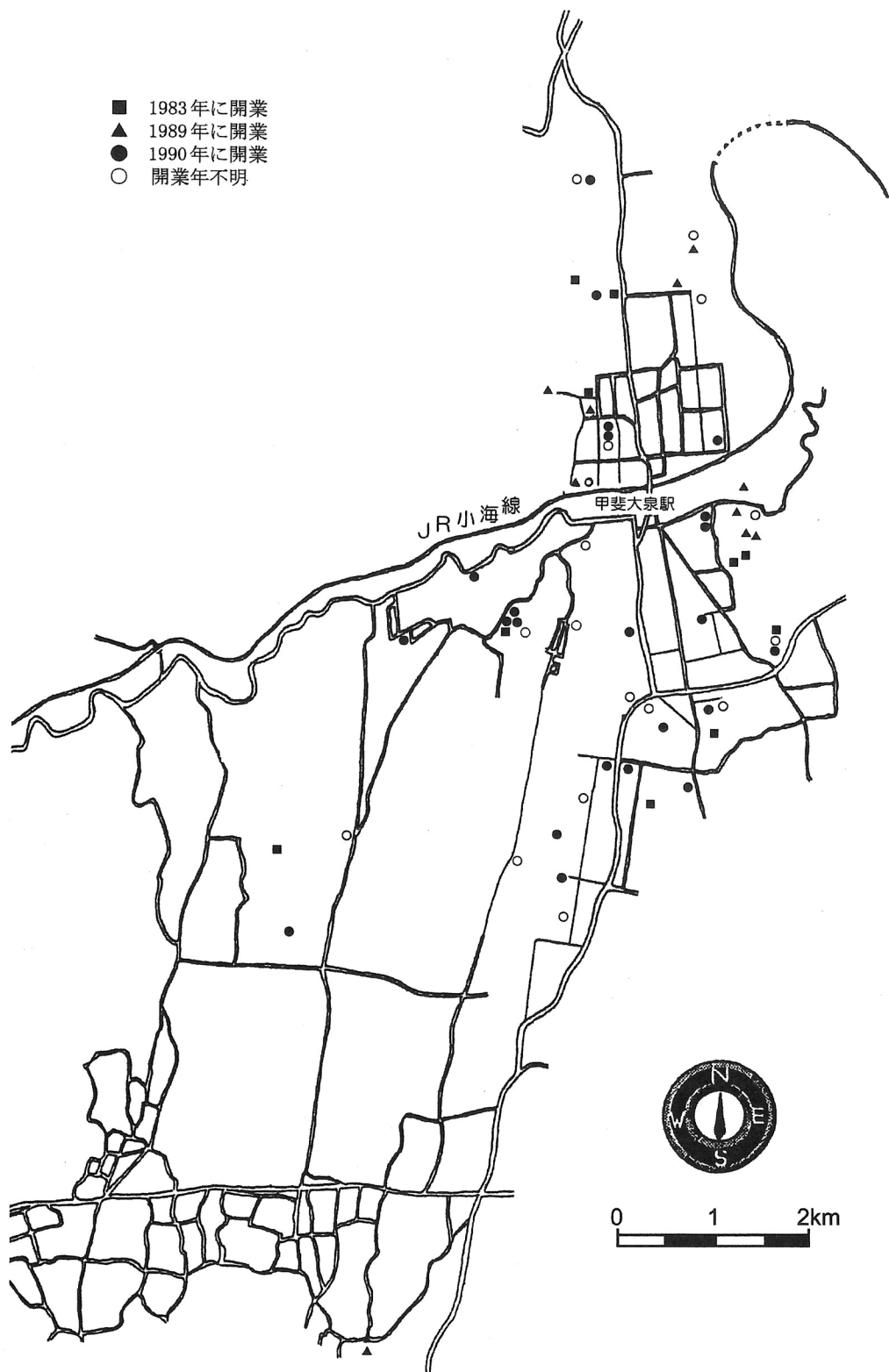
の12項目を尋ねた。これらの項目を設定したのは、中小企業事業団が1995年に全国のペンションに対して実施したアンケートの結果との比較が可能であることによる。加えて聞き取り調査では、「大泉高原にペンションの立地を決めた理由」、「地元との関わりの有無」、「生活する上での問題の有無」を中心に尋ねた。筆者が実施したアンケート調査の結果と中小企業事業団（1995）のアンケート調査の結果とを照らし合わせ、大泉高原におけるペンション経営の特殊性やペンションブーム後の経営状況を明らかにしていきたい。

1. 大泉におけるペンションの立地状況

第4図はペンションの立地状況を開業年別に示したものである。立地上の特徴として、ほとんどがJR甲斐大泉駅の周囲4km内に立地していること、さらに3～5軒のペンションが集積しながら立地していることがわかる。後者の特徴は開拓者が売却した土地を分割して別荘地やペンション用地として売り出したことによるものであり、開業年が近いことからほぼ同時に開発されたことが推測できる。

第2表はペンションの開業年と収容人員・年間売上高との関係を示したものである。まず収容人員に関しては、開業年が遅れるにつれて減少していることがわかる。さらに収容人員が19人以下のペンションが約三分の一あり、全国の9.9%と比べて非常に多く、大泉のペンションは小規模なものが多いことがわかる。これはペンションブーム時の経営方針の反省によるものと思われる。つまり、オーナー家族による少人数経営のため提供できるサービスに限界があったこと、客の個別的なニーズに適度に応えられなかったこと、客との交流がうまく図れなかったこと、などである。これらの反省から、収容人員を削減しペンションの規模を縮小することによって、設備やサービスの充実をめざしたのではなかろうか。実際、一部のペンションはサービスの向上を目的として、収容人員を開業当初の数から減らしていることが聞き取りにより明らかになった。

次に開業年と年間売上高との関係を見ると、四分の一が無回答の上、ばらつきが大きいものの、早くから開業したペンションのほうが年間売上高がやや高い傾向にあることがわかる。しかし、全



第4図 大泉高原におけるペンションの立地状況

出典：大泉村資料、『全国ペンションガイド』（山と溪谷社，2000）現地調査により作成。

第2表 ペンション開業年と収容人員・年間売上高の関係

		開業年			大泉高原	全国 (%)
		1978～1983	1984～1989	1990～2000		
収容人数	5～9人			1	1 (2.8)	—
	10～14		1	4	5 (13.9)	—
	15～19	1	1	4	6 (16.7)	9.9 ¹⁾
	20～24	1	8	3	12 (33.3)	26.7
	25～29	4	1	1	6 (16.7)	28.4
	30人以上	3	3		6 (16.7)	35.0
年間売上高	(500 万円未満)		2	2	4 (11.1)	集計なし
	1,000 万円未満	2	2	5	9 (25.0)	12.8
	1,000～1,500 万円未満	3	2	3	8 (22.2)	27.6
	1,500～2,000 万円未満		2		2 (5.6)	26.3
	2,000～3,000 万円未満	2			2 (5.6)	21.8
	3,000～4,000 万円未満				0 (0.0)	6.2
	4,000～5,000 万円未満				0 (0.0)	2.9
	5,000 万円以上				0 (0.0)	1.6
	わからない			2	2 (5.6)	0
	無回答	2	6	1	9 (25.0)	0.8
計		9	14	13	36 (100.0)	—

1) 19人以下のデータ。

出典：『ペンション経営に関するアンケート調査』（中小企業事業団，1995）およびアンケート調査より作成。

国平均と比較すると大泉高原におけるペンションの年間売上高は低い水準にある。

2. ペンション経営の動機

大泉高原にペンションを開業した理由については聞き取りからわかったことをまとめると、①八ヶ岳などの山が好きである、②南麓で日当たりが良く、日照時間が長い、③軽井沢・清里のような「俗化」されたところを避けた、④自然環境・景観がよい、⑤東京や名古屋の中間に位置している、などを挙げていることから経営的な立地戦略というよりは個人的志向によるものが目立っている。また、大泉高原のペンションのオーナーは自然環境を理由に立地を決めており、周辺環境の悪化に対して地元住民よりも敏感に反応していることが第10表および聞き取り調査よりわかった。これには、オーナーが周辺環境も「購入した」という意識が強いことや、実質的には一生定住することになるということも関係していると考えられる。

3. ペンションオーナーの特徴と高齢化

大泉高原のペンションオーナーはいわゆる「脱サラ」と呼ばれる人が36人中26人を占めている。彼らは退職後の人生をペンションの経営をしながら農村で過ごそうと大泉高原に移住してきた人たちである（第3表）。さらに定年退職後に開業したという、ヨーロッパのペンションに見られる形態のペンションが3軒、妻がオーナーとなり、退職した夫がその手伝いをするというペンションが2軒見られ、第2の人生としてのペンション経営の様子がうかがわれる。

次にオーナーの年齢についてまとめた結果が第4表である。それによると、40～50代のオーナーが約7割を占めている。また、5年前の全国平均と比較してオーナーの年齢が高齢化していることがわかる。そのような状況でペンションオーナーはいつまで経営を行なうのだろうか。彼らの継続意思について、無回答の3軒と継続意思のない2軒を除く31軒（86%）が、当面は経営を続ける意思をもっていることがわかった（第5表）。そのうち13軒は「一生続けたい」と回答しているものの、

第3表 オーナーの経歴

	大泉高原	全国 (%)
脱サラしてオーナーになった	26 (72.2)	67.1
ペンション従業員として働いた後、オーナーになった	0 (0.0)	3.3
親の後をついでオーナーになった	0 (0.0)	4.1
ほかの自営業から事業を転換	3 (0.3)	16.9
その他	7 (19.4)	7.4

出典：第2表参照。

第4表 オーナーの年齢

	大泉高原	全国 (%)
20～29 歳	0 (0.0)	1.6
30～39 歳	2 (5.6)	11.5
40～49 歳	11 (30.6)	43.2
50～59 歳	14 (38.9)	28.4
60～69 歳	7 (19.4)	11.5
70 歳以上	2 (5.6)	3.3

出典：第2表参照。

オーナーの高齢化はペンションの経営を行なう上で将来支障をきたすことが予想される。聞き取りによると、高齢を理由に経営が継続ができなくなった場合、オーナーはペンションを廃業するか、代替わりをして新たな経営者を招くことを考えている。子にペンションの経営を譲るという事例もあるが、きわめて珍しいという。

4. 宿泊客の特徴と高齢化

オーナーの高齢化とあわせて興味深いのは、宿泊客の傾向にも同様の変化が見られることである。かつてペンションの常連客であった20代以下の男女のグループ客が現在でも多いと回答したペンションは2軒にとどまり、その一方で高齢者のグループ客が多いと回答したペンションが約30%の11軒に及んでいる（第6表）。かつてのペンションブームの火付け役であった当時の若者が既に40代前後になっていることに加え、現在の若者のペンション離れという需要側の変化が大きな要因として考えられる。

5. ペンションの施設面の変化

こうした背景から、供給側であるペンションも宿泊客のターゲットを若年層から高齢層へ切り替えていくことで積極的に旧来のペンションとの

第5表 オーナーの経営継続意思（複数回答可）

	大泉高原	全国 (%)
一生続けたい	13 (36.1)	27.2
高齢になったら譲りたい	18 (50.0)	51.9
何年かしたら譲る	1 (2.8)	14.0
続けたくない	1 (2.8)	4.1
無回答	3 (8.3)	2.9

出典：第2表参照。

差別化をはかってきた。そしてこのことが客層の高齢化傾向をさらに加速させたと考えられる。ペンションの中にはバリアフリーを意識し、「高齢者にやさしいペンション」を標榜して、これからの高齢化社会を視野に入れた経営を開業当初から打ち出すところもあるなど、生き残りをかけて高年齢層の獲得に努めている。

このように建物そのものや設備、用具といったハード面もペンションの大きな特徴をなし、ペンションブーム後の「新たなペンション」を最もアピールしやすい要素となっている。そこでペンションにある設備・用具の特徴について全国と比較すると、大泉高原のペンションは和室を備えたものが47%（全国は31%）と全国より高い水準に

第6表 ペンション宿泊客の傾向（複数回答可）

	大泉高原	全国 (%)
20代以下の男女グループ客	2 (5.6)	37.4
友人等の2人客	13 (36.1)	41.6
子供を含む家族客	32 (88.9)	87.7
夫婦客	26 (72.2)	60.5
会社等の団体客	7 (19.4)	13.6
高齢者のグループ客	11 (30.6)	9.5
その他	4 (1.1)	5.3
特に特徴はない	1 (2.8)	3.7

出典：第2表参照。

第7表 ペンションにある設備・用具（複数回答可）

	大泉高原	全国 (%)
テニスコート等スポーツ施設	6 (16.7)	17.7
ファミリールーム	10 (27.8)	40.3
和室	17 (47.2)	31.3
バス付きの部屋	16 (44.4)	71.2
家族風呂	24 (66.7)	49.4
露天風呂など自慢の風呂	2 (5.6)	7.8
温泉を利用した風呂	0 (0.0)	11.1
研修室, ミーティングルーム等	9 (25.0)	11.9
スポーツ用具・AV 機器など	2 (5.6)	29.2
自炊施設	2 (5.6)	2.1
身体障害者の施設・設備	2 (5.6)	2.5
屋外テラスなどイベントのできる空間	10 (27.8)	23.0
レストラン・喫茶室	5 (13.9)	16.0
カラオケ	2 (5.6)	17.7
音楽スタジオ	5 (13.9)	2.1
オーナーの展示空間	9 (25.0)	26.7
その他	0 (0.0)	11.1

出典：第2表参照。

ある（第7表）。つまり大泉高原には、必ずしも洋風の宿泊施設である必要がないという新しいペンション像を見ることができる。また家族風呂、音楽スタジオ、研修室・ミーティングルーム等も全国平均より高いことがわかる。逆にバス付きの部屋やファミリールーム、スポーツ用具・AV 機器、カラオケといった設備は低い水準にあることがわかる。音楽スタジオが多いのは周囲に民家が少ない大泉高原の特徴であり、大学の音楽系サークルが合宿先として有名な清里高原ではなく、あえて大泉高原を選択していることもオーナーに対する聞き取りによってわかった。

6. オーナーの考えるペンション像・経営方針

オーナーの考えるペンション像（第8表）を見ると、「建物が洋館」であったり、「洋室・ベッドがある」、「洋食を出す」といった西洋的な「外見」にこだわるよりもむしろ、「宿泊客との交流」といったソフト面を重視していることが読み取れる。これは第7表に見られた特徴と対応している。

ペンションの経営方針についての回答（第9表）は、「ゆっくりできる雰囲気づくり」（55.6%）や「気さくにできる雰囲気づくり」（41.7%）、「客と交流ができる雰囲気づくり」（33.3%）と回答するオー

第8表 オーナーの考えるペンション像

	大泉高原	全国 (%)
建物が洋館	12 (33.3)	36.6
洋室・ベッドがある	17 (47.2)	51.4
和室がある	9 (25.0)	10.7
高原に立地	17 (47.2)	31.3
オーナーと宿泊客との交流	25 (69.4)	13.2
洋食を出す	5 (13.9)	52.7
一泊二食付が基本	12 (33.3)	22.2
スポーツ施設が近くにある	6 (16.7)	23.0
清潔	23 (63.9)	81.5
少ない部屋数	16 (44.4)	41.6
比較的安い宿泊料金	27 (75.0)	76.5
家族経営	31 (86.1)	81.5

出典：第2表参照。

ナーが多い反面、「客のプライバシーを配慮する」という回答は全国（11.9%）に比して少なかった（5.6%）。これらの結果は、心のこもったもてなしを通して、オーナー自身が利用客との交流を求めていることを示唆するものかもしれない。また、「若者グループを中心に受け入れる」と回答したペンションは1戸にとどまり、もはやペンションが若者のみをターゲットにした宿泊施設ではないこ

第9表 ペンションの経営方針（三つまで回答可）

	大泉高原	全国（％）
若者グループ中心に受け入れ	1（2.8）	7.4
家族客中心に受け入れ	13（36.1）	32.1
夫婦客中心に受け入れ	5（13.9）	11.5
団体客中心に受け入れ	3（8.3）	5.8
幅広く客を受け入れ	13（36.1）	39.9
ゆっくりとできる雰囲気づくり	20（55.6）	48.6
気さくにできる雰囲気づくり	15（41.7）	28.4
客と交流ができる雰囲気づくり	12（33.3）	13.2
客のプライバシーを考慮	2（5.6）	11.9
低料金サービス	10（27.8）	13.2
質の高いもてなし	4（11.1）	15.6
施設・設備の充実	3（8.3）	8.6
料理の質の充実	19（52.8）	48.6
その他	2（5.6）	2.5
特に経営方針はない	1（2.8）	0.8

出典：第2表参照。

とを示している。さらにファミリーペンションと呼ばれる、未就学児や乳幼児をも受け入れる家族客向けのペンションが主流となったことで、家族客を中心に受け入れるペンションが増えていることがわかる。表には示されていないが、オーナーの高齢化に伴い、客層にも高齢化の動きが見られ、「休暇をのんびりと高原で過ごす」目的で訪れる人が多い。

次に経営上の問題点（第10表）を尋ねたところ、半数以上が「売上が伸びない」ことを問題としてあげている。さらに赤字経営のペンションが10軒におよび、経営状況が深刻であることがわかる。中には来年の予約も埋まってい、経営上問題はないというペンションも見られたが、それも2軒にとどまっており、依然ペンション経営が厳しいものであるということがわかる。さらに半数近くが「周辺観光客の減少」を問題として挙げている。実際、大泉高原を含む山梨県峡北地方の観光客入込数は、山梨県内における大河ドラマ『武田信玄』の撮影の影響を受けたと思われる1988年を除けば微増傾向にあるが（第5図）、1998年に開通した清里高原有料道路によって周辺観光客が大泉高原を通過し清里高原に抜けてしまうことを危惧しているという。

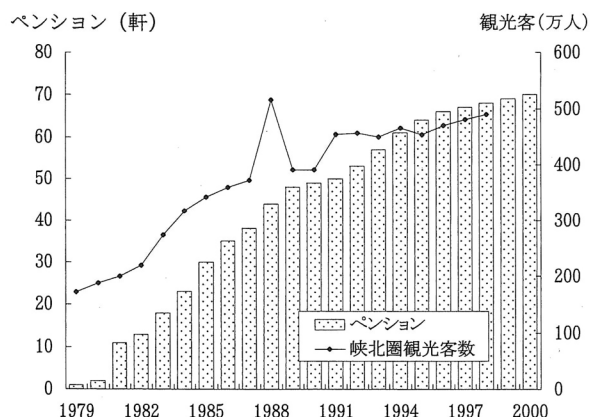
ペンションが日本に登場した際の当時（1970～1980年代）は、ペンションは「おしゃれでメル

第10表 ペンション経営上の問題（複数回答可）

	大泉高原	全国（％）
売上が伸びない	21（58.3）	44.0
競合宿泊施設の出現	0（0.0）	17.7
従業員不足	2（5.6）	9.9
自分自身の高齢化	11（30.6）	37.9
後継者がいない	0（0.0）	13.2
労働環境が厳しい	8（22.2）	21.8
子供の教育	3（8.3）	17.3
自分がペンション経営に不向き	1（2.8）	2.9
赤字経営	10（27.8）	13.2
周辺観光客の減少	17（47.2）	1.6
周辺環境の悪化	10（27.8）	16.9
その他	1（2.8）	4.9
問題なし	2（5.6）	9.1

出典：第2表参照。

ヘンチックな」（佐々木、1998）洋館の、家族的で清潔な宿であるとして、当時の若者から支持された。それはホテル・旅館よりも低廉な料金であり、かつ民宿・ユースホステルよりも「洗練された」宿として従来の宿泊施設と差別化されていたため、当時としては画期的な宿泊施設であった。しかし、廃業するペンションが目立つようになり、生き残りを賭けた経営戦略を迫られるようになった。このような経営戦略の転換のひとつとして、



第5図 大泉におけるペンション数の推移と周辺観光客入込数

注）峡北圏とは、山梨県北巨摩郡4町村（高根村、大泉村、小淵沢町、長坂町）を指す。

出典：『山梨県統計書』、『全国ペンションガイド』（山と溪谷社、2000）より作成。

ペンションを単なる宿泊施設としてではなく、都会生活者の一時的な『田舎暮らし』の体験を提供する場として捉えるオーナーも出てきた。ここでいう『田舎暮らし』とは洗練されていて生活感のない、理想的で演出されたものと考えてよい。すなわち、実際の『田舎暮らし』には雇用の問題、生活水準の問題、地元住民との付き合いなど、現実的な問題を解決せねばならないが、都会に「仕方なく」生活している人たちに、「簡単に」田舎暮らしを体験できる装置としてペンションという場を供給していこうという考えである。

IV ペンションオーナーと地域社会

かつて市川（1981）は、ペンションオーナーのほとんどが地元以外の出身であるために住民意識が低いと指摘した。また池・木下（1989）も「価値観のズレ」による新旧住民、つまりペンション進出以前の住民とペンション経営者として移住してきた新住民との間での対立を指摘している。実際、清里高原ではペンションオーナーなどの新住民の居住地域を新たな区に編入し、旧住民との直接的な関わりを断つという一時的な方策が採られた。

では、大泉高原におけるペンションオーナーを中心とした新住民と地域社会との関係はどうか。大泉村に住む住民は大きく三つに分けることができる。①豊富な湧水のため古くから農業が盛んであり、縄文時代の遺跡も見られる伝統的な農村（本村：村の南部にある集落）に生活する集落住民、②戦後、甲斐大泉駅周辺に入植した開拓住民、③1980年代以降に移住してきた別荘住民やペンション経営者とその家族などの新住民、である。①の住民は南部の標高900mよりも低い地域に、②や③の住民は標高900～1200mに居住している。大泉村においてこれら住民の間に見られる関係は、表面的なトラブルはないものの、いまだ一体感に乏しいものがある。例えば清里高原にも見られるような行政上の問題がある。村の最も小さい行政単位として区があり、区は草刈りや消防活動などの奉仕活動を行なっている。住民は原則的に区への参加が求められているが、区の活動に参加しない新住民がいることから旧住民の反感を招いている。その一方で、本村

に比べて開拓住民や新住民への負担が大きいという不満も一部で聞かれることから、旧住民の中にも多少の溝があるように思われる。

社会生活上の問題としては、廃棄物の問題が挙げられる。聞き取りによると、区の活動に参加している経営者のペンションの廃棄物はゴミ収集所まで持っていけば村により回収されるが、地域活動に参加していないペンションでは事業用廃棄物として、隣接する長坂町などの産廃業者に依頼し、年間3万円程度で処理している。また、焼却炉を備え、「ゴミは自分で処理しているのでほとんど出していない」と答えたオーナーもいたが、今日のダイオキシン問題を考えると、ペンションのような小規模事業者が個人の焼却炉によって廃棄物を処理することは好ましくない。

ところで、地域社会との関わりについては、子供の就学の問題もある。オーナーの開業時の年齢は30～40歳がほとんどであり、家族構成はオーナー夫婦とその子供、中にはオーナーの親が同居している三世代のペンションもある。オーナー家族の村内への転入に際し、子供は村内の大泉村立泉小学校・泉中学校に編入することになる。「自然環境に恵まれているので子供の教育にはよいのではないか」という声もあるが、小・中学校は村の南西部の本村にあり、通学距離が長い（第1図参照）。その上標高差があるため、徒歩または自転車による通学は困難である。よって子供たちはスクールバスによる通学に頼らざるを得ない。また、村内には高校がなく、最も近い高校は西隣の長坂町にある。中には中学校からさらに5km離れたJR長坂駅までバスで行き、甲府にある私立高校まで通学している子供もいる。この場合、通学に2時間程度を要することになる。そして、高校を卒業した子供たちは、大学進学や就職のために東京へ出てしまうことが多い。都会の喧騒を避けて農村に移住してきたペンションのオーナーではあるが、彼らの子供たちがUターンして後継者となることは珍しい。聞き取りではオーナーの意識としてあまり感じられなかったが、ペンションオーナーの高齢化（第10表参照）に伴い、後継者問題もやがては大きな問題となることが予想できる。さらに、住民として大泉村で生活することに不便を感じるのではないかを尋ねたところ、ほぼ半数の17人が、「不便とは感じない」と回答した一方

第11表 住民として不便に感じること
(複数回答可, カッコ内は%)

交通の便が悪い	5 (13.9)
地元住民と交流がもてない	2 (5.6)
街燈や下水道が整備されていない	18 (50.0)
商店が少ない	6 (16.7)
学校が遠い	1 (2.8)
治安が悪い、心配だ	0 (0.0)
その他	1 (2.8)
不便とは思わない	17 (47.2)

出典：アンケート調査より作成。

で、街燈や下水道の不備を挙げるオーナーが半数の18人に及んだ(第11表)。特に下水道の早期整備を求める意見が、聞き取り調査では多く聞かれた。他方、市川(1981)の指摘から多くの回答が予想された「地元との交流がもてない」はわずか2軒にとどまり、予想に反してペンションオーナーが地域社会との関わりを構築しつつあるのではないかということがオーナーの意識の面から明らかになった。

V おわりに

ペンションブームが去った今、各ペンションの差別化戦略によってペンションそれ自体が多様化し、ペンションという名称や定義は曖昧で不鮮明なものとなってきている。そして、ペンションそのものについて、再考が必要であるにもかかわらず、オーナーによってペンションという宿泊施設に対する考え方は異なっている。開業当初やブームのときに見られた独特な宿泊形態(若者中心の宿泊客)が見られなくなった。現在、ペンションオーナーは、自分自身の人生を含め、自ら経営するペンションの進むべき道を模索している時期にあると思われる。清里高原という一大観光地に隣接する大泉高原では、清里高原の影響を受け、日本有数のペンション地域が形成された。しかし、大泉高原の住民は今後、清里高原への観光客に依存することなく、新旧問わずに一層の連帯感を持って観光一辺倒ではない地域振興を図っていく

必要があるように思われる。地域社会への積極的参加の姿勢が見られるのも、ペンションオーナーが地元住民と一体となって地域問題を考えていく指向性の表われではないだろうか。

東京に本社のあるペンション供給会社(ペンション・プロダクト社)の資料によると、近年ではペンションが「地方のカルチャースクール」を目指すという新たな動きも見られる。もともと日本のペンションはオーナーの趣味を通して客と交流するサービスを提供するところが多い。都会生活を営む人々の余暇空間を自然環境のよい高原に提供し、そこで人々が有意義に過ごすことができるためのペンションをめざすというこのような姿勢は、これからのリゾート社会の一構成員として生き残るための努力の現われともいえる。

日本の「ペンション」はヨーロッパのペンションとは異なる日本独自の形態の宿泊施設である。最近では「ペンション」という名称を使わない小規模宿泊施設も現われるようになった。しかし、名称の変化はあっても、質的な変化、要するに日本のペンションが持つ独特のスタイルはおそらく今後ともなくなりはないだろう。

現地調査にあたり、膨大な量のアンケートにに応じていただいたうえ、暖かくもてなしていただいたペンション経営者の方々に厚く御礼申し上げます。

(東京都立大学・理学研究科・院)

文 献

- 池 俊介・木下裕江(1989)：山梨県清里高原における観光地域の形成。静岡大学教育学部研究報告(人文・社会科学篇)，40，39-63。
- 市川貞夫(1981)：日本におけるペンション経営－菅平峰の原高原の例－。新地理，29(1)，1-17。
- 佐々木博(1998)：イメージが創った観光地清里高原。筑波大学人文地理学研究，22，27-57。
- 中小企業情報センター(1979)：『ペンション』中小企業情報センター。
- 山村順次(1995)：『新観光地理学』大明堂，270p。
- 森川芳章・矢ヶ崎典隆(1993)：清里高原における観光化と土地利用の変化。横浜国立大学教育学部野外教育実習施設研究報告，11，17-34。